

**HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MELALUI MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* DENGAN MINAT MEMBELI PRODUK
KOSMETIK MEREK MAKE OVER PADA MAHASISWI FAKULTAS
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1
pada Jurusan Psikologi**

Oleh:

Ryry Indah Ariyantini

F 100 160 022

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2020

**HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MELALUI MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* DENGAN MINAT MEMBELI PRODUK
KOSMETIK MEREK MAKE OVER PADA MAHASISWI FAKULTAS
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Psikologi

Diajukan oleh :

RYRY INDAH ARIYANTINI

F 100 160 022

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MELALUI MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* DENGAN MINAT MEMBELI PRODUK KOSMETIK
MEREK MAKE OVER PADA MAHASISWI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

SKRIPSI

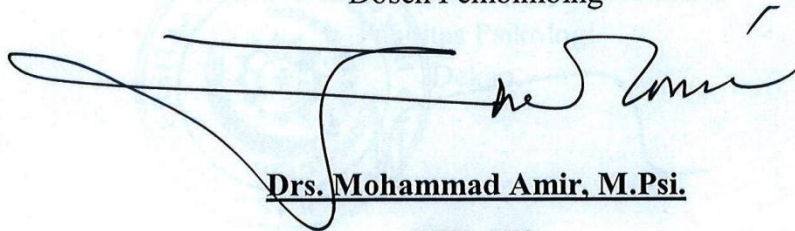
Oleh:

Ryry Indah Ariyantini

F 100 160 022

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. Mohammad Amir, M.Psi.

NIP. 250

HALAMAN PENGESAHAN

HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DENGAN MINAT MEMBELI PRODUK KOSMETIK MEREK MAKE OVER PADA MAHASISWI FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Oleh:

RYRY INDAH ARIYANTINI

F 100 160 022

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 23 Juli 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Drs. Mohammad Amir, M.Psi
(Ketua dewan penguji)

()

2. Achmad Dwityanto O., S.Psi., M.Si
(Anggota 1 dewan penguji)

()

3. Permata Ashfi Raihana, S.Psi, MA
(Anggota 2 dewan penguji)

()



(Susatyo Yuwono S.Psi., M.Si., Psikolog)

NIP. 838/0624067301

SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrahmaanirrahiim. Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rryy Indah Ariyantini
NIM : F100160022
Fakultas / Jurusan : Psikologi / Psikologi
Judul : Hubungan Kualitas Produk dan Promosi Melalui Media Sosial *Instagram* Dengan Minat Membeli Produk Kosmetik Merek Make Over Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak pernah terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Saya juga menyatakan bahwa hasil karya ini adalah benar-benar karya saya pribadi, sama sekali tidak melakukan plagiat atau meminta jasa pembuatan skripsi dari pihak lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan segala kesungguhan. Apabila di lain waktu ditemukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan saya maka saya bersedia menerima konsekuensinya.

Batam, 15 Juli 2020

Yang menyatakan,



Rryy Indah Ariyantini

F 100 160 022

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan petunjuk dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa adanya bantuan dari seluruh pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si, Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang memberikan izin melakukan penelitian ini.
2. Bapak Achmad Dwityanto, S.Psi, M.Si selaku Pembimbing Akademik yang selalu sabar dan meluangkan waktunya untuk mendengarkan keluh kesah anak didiknya.
3. Bapak Drs. Mohammad Amir, M.S., sebagai pembimbing skripsi yang telah berkenan meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan ilmu serta sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh staff pengajar Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu dan wawasan akademis yang bermanfaat bagi penulis. Serta staff TU Fakultas Psikologi yang membantu kelancaran administratif.
5. Para informan penelitian, terima kasih atas kesediaan dan kerjasamanya selama pelaksanaan penelitian.
6. Kakak-kakak penulis, Ridho Roqwan Ikbar, Ghea Aisyah Puspitaning Rezsuwandi, Aris Sudarmono, Ulfah Nuha Risthathi dan Pungki Yuli Tri Bintari.

7. Sahabat-sahabat terbaik penulis, Jami'atu Salma Ridwan, Billy Indrawan, Yogi Yulio Yudi Pratama, Muhammad Naufal Amanullah, dan Sherly Aprilia
8. Teman-teman dekat penulis, Arindiar Kusuma Cahyani, Endah Puji Astuti, Windy Alfianti
9. Adik-adik penulis, Ferninda Nurista, Ryan Wahyu Pradana, Hapsari Listya Nastiti, Suci Widyaningsih, Aditya Ilham Firmansyah dan Hasna Tazkia.
10. Teman-teman BEMF Psikologi UMS kabinet Psikologi Berkarya tahun 2018.
11. Teman-teman mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya angkatan 2016, yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam proses mengerjakan skripsi.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga bantuan yang diberikan menjadi amal kebaikan disisi Allah Subhanahu wa Ta'ala.

Batam, 15 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
PENDAHULUAN	1
METODE	6
HASIL	12
PEMBAHASAN	15
KESIMPULAN	17
DAFTAR PUSTAKA	18
LAMPIRAN	20

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skor Aitem	9
Tabel 2 Blueprint Skala Minat Membeli setelah Expert Judgment	10
Tabel 3 Blueprint Skala Kualitas Produk setelah Expert Judgment	11
Tabel 4 Blueprint Skala Promosi Melalui Media Sosial Instagram setelah Expert Judgment	11
Tabel 5 Kategorisasi Minat Membeli.....	14
Tabel 6 Kategorisasi Kualitas Produk.....	15
Tabel 7 Kategorisasi Promosi Melalui Media Sosial Instagram	15

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket/Skala Minat Membeli	21
Lampiran 2 Angket/Skala Kualitas Produk	25
Lampiran 3 Angket/Skala Promosi Melalui Media Sosial Instagram.....	27
Lampiran 4 Uji Validitas.....	29
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	33
Lampiran 6 Uji Normalitas	56
Lampiran 7 Uji Linearitas	58
Lampiran 8 Uji Hipotesis	63
Lampiran 9 Data Penelitian.....	66
Lampiran 10 Kategorisasi	71
Lampiran 11 Surat Keterangan Selesai Penelitian	75
Lampiran 12 Bukti Fisik Penelitian Dan Analisis Data	77

**HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MELALUI MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* DENGAN MINAT MEMBELI PRODUK
KOSMETIK MEREK MAKE OVER PADA MAHASISWI FAKULTAS
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Abstrak

Kosmetik sudah tidak asing lagi bagi wanita Indonesia, harga yang beraneka ragam dan mudah ditemukan menjadi alasan siapa saja dapat menggunakan produk kosmetik, begitupun para mahasiswi untuk mendukung penampilannya. Berdasarkan survey yang dilakukan, minat membeli produk kosmetik merek Make Over pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta berada ditingkat yang rendah. Minat membeli dapat muncul apabila kualitas produk yang ditawarkan dan juga melakukan promosi melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara minat membeli dengan kualitas produk dan promosi melalui media sosial *instagram*. Hipotesis yang diajukan yaitu ada hubungan positif antara minat membeli dengan kualitas produk dan promosi melalui media sosial *instagram*. Metode pengumpulan data menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alat ukur skala minat membeli, skala kualitas produk, skala promosi melalui media sosial *instagram* dengan subjek penelitian berjumlah 124 mahasiswi. Sedangkan analisis data dilakukan dengan analisis *regresi berganda* menggunakan program bantu *SPSS for 20 windows*. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai R sebesar 0,615 dengan $\text{sig. } p = 0,000$, yang berarti terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas produk dan promosi melalui media sosial *instagram* dengan minat membeli; nilai *Sig. (1-tailed)* kualitas produk sebesar 0,000 dengan nilai koefisien korelasi kualitas produk 0,608 dan promosi melalui media sosial *instagram* 0,447, membuktikan ada hubungan positif yang sangat signifikan antara minat membeli dengan kualitas produk dan promosi melalui media sosial *instagram*.

Kata kunci: Minat membeli, kualitas produk, promosi melalui media sosial *instagram*.

Abstract

Cosmetics are already familiar to Indonesian women, the prices are diverse and easily found to be the reason anyone can use cosmetic products, as well as the students to support their appearance. Based on a survey conducted, the interest in buying Make Over brand cosmetic products in Psychology University Muhammdiyah University Surakarta students was at a low level. Interest in buying can arise if the quality of the products offered and also carry out promotions through social media. This study aims to determine the relationship between buying interest with product quality and promotion through Instagram social media. The hypothesis is that there is a positive relationship between buying interest with product quality and promotion through Instagram social media. The method of data collection uses a quantitative approach with a measuring instrument of interest in buying scale, product quality scale, promotion scale through social media Instagram with research subjects totaling 124 female students. While the data analysis was performed by multiple regression analysis using SPSS for 20 windows. Based on the results of data analysis, the statistical R value = 0,615 with sig.p = 0,000, which means there is a very significant positive relationship between product quality and promotion through social media Instagram with buying interest; Sig value. (1-tailed) product quality of 0,000 with a product quality correlation coefficient of 0.608 and promotion through social media Instagram 0.447, proving that there is a very significant positive relationship between buying interest with product quality and promotion through social media Instagram.

Keywords: Interest in buying, product quality, promotion through social media Instagram.